

SONDAGE AUPRÈS DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE L'AGROTOURISME ET DU TOURISME GOURMAND

Bilan de la saison touristique 2022

Analyse des résultats

**TERROIR
ET SAVEURS
DU QUÉBEC**

ASSOCIATION DE L'AGROTOURISME ET
DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC

2 décembre 2022



LJM CONSEIL

Développement touristique · Stratégie · Marketing

SOMMAIRE

Méthodologie	2
Profil des répondants	3
Bilan de la saison 2022	8
Conclusions	17



MÉTHODOLOGIE

- Une collecte sur 3 semaines
- 299 questionnaires complétés
- Taux de réponse de 12,6 %

**TERROIR
ET SAVEURS
DU QUÉBEC**

ASSOCIATION DE L'AGROTOURISME ET
DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC



L'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand du Québec (AATGQ), par la récente consultation des entreprises du secteur a souhaité sonder les entreprises touristiques sur le bilan de leur saison touristique 2022.

Des sondages, effectués avec la même méthodologie ont été réalisés après les saisons 2020 et 2021, période marquée par la pandémie de COVID 19, avec des questionnaires comprenant certaines questions similaires.

La base de la collecte a concerné 2 375 entreprises, réparties comme suit :

- 1 231 producteurs agrotouristiques
- 458 chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte touristique offrant une cuisine régionale
- 686 artisans transformateurs et autres (boutiques, gestionnaires d'événements gourmands, etc.)

Un courriel d'invitation à répondre au sondage a été envoyé le 20 octobre aux entreprises de la base de données de l'AATGQ et des relances ont été réalisées avant de clore le sondage le 15 novembre.

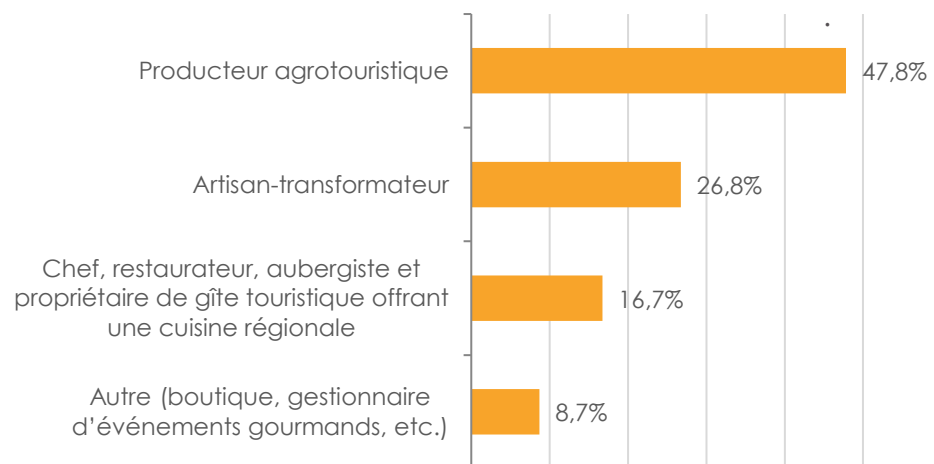
Le lien du sondage a également été partagé sur les réseaux sociaux (LinkedIn) et auprès des inscrits du bulletin adressé à l'industrie.



PROFIL DES RÉPONDANTS

SECTEURS D'ACTIVITÉ

Quel profil vous définit le mieux en matière de tourisme gourmand ?



Parmi les répondants, 47,8 % se définissent comme étant des producteurs d'activités agrotouristiques et 26,8 % en tant qu'artisan transformateur. 16,7 % des répondants sont dans le domaine de la restauration ou de l'hébergement offrant une cuisine régionale. Seulement 8,7% ont indiqué d'autres domaines

Définitions:

- **Producteur agrotouristique** offrant l'un ou les services suivants: vente de produits, visites/animation/interprétation, dégustation commentée, autocueillette, restauration, hébergement, etc.)
- **Artisan transformateur** offrant l'un ou les services suivants: vente de produits, restauration, hébergement, visites/animation/interprétation, dégustation commentée, etc.).
- **Chef, restaurateur, aubergiste et propriétaire de gîte touristique** offrant une cuisine régionale
- **Autres:** propriétaire d'une boutique de produits du terroir sans autre service, gestionnaire d'événements gourmands, etc.

SECTEURS D'ACTIVITÉ

Représentativité de l'échantillon et taux de réponse

	Population	% de la population	Répondants	% des répondants	Taux de réponse
Producteur agrotouristique	1 231	51,8%	143	47,8%	11,6%
Chef, restaurateur, aubergiste ou propriétaire de gîte touristique	458	19,3%	50	16,7%	10,9%
Artisan transformateur et autres	686	28,9%	106	35,5%	15,4%
Total	2 375	100,0%	299	100,0%	12,6%

Avec 299 répondants et un taux de réponse de 12,6 %, le sondage auprès des entreprises du secteur de l'agrotourisme et du tourisme gourmand réalisé à l'automne 2022 donne un portrait globalement représentatif.

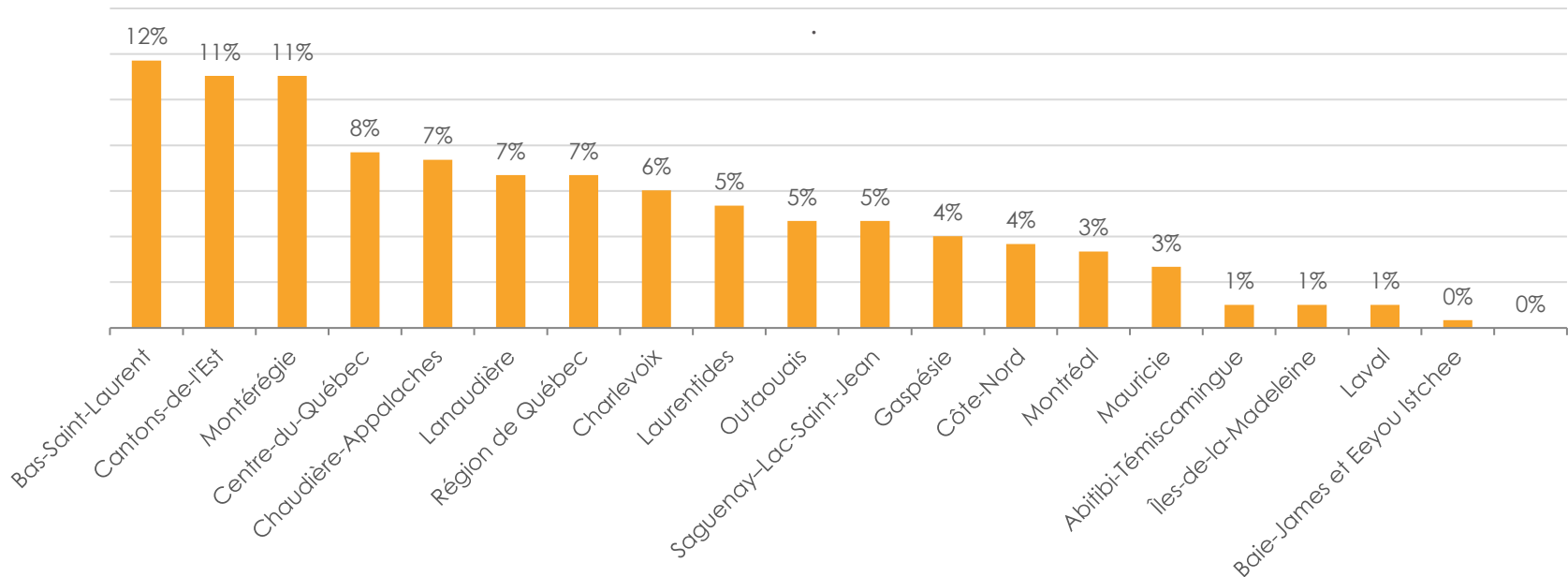
Le taux de réponse global est significativement plus élevé que celui du sondage réalisé en 2021, qui était alors de 9,8 %

On note une légère surreprésentation de la catégorie « Artisan transformateur et autres », qui représente à elle seule 35,5 % de l'échantillon contre 28,9 % de la population et obtient un taux de réponse de 15,4 %.

Avec 50 répondants, la catégorie « Chef, restaurateur, aubergiste ou propriétaire de gîte touristique », les commentaires spécifiques à cette catégorie sont donnés à titre indicatif.

SITUATION GÉOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES

Dans quelle région touristique est située votre entreprise (ou votre site principal) ?



Les répondants proviennent de presque toutes les régions du Québec. Le Bas-Saint-Laurent, les Cantons-de-l'Est, la Montérégie, et le Centre-du-Québec présentent les plus importantes proportions de répondants.

Ces 4 régions totalisent 42 % des répondants.

SITUATION GÉOGRAPHIQUE & PROFIL DES ENTREPRISES

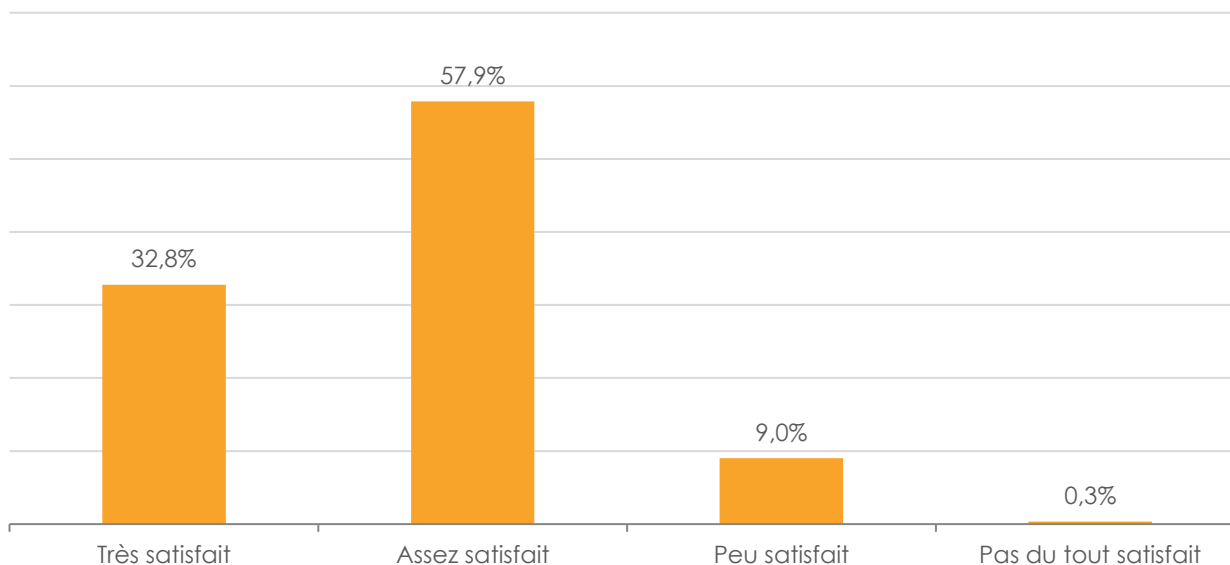
Région	Producteur agrotouristique	Artisan-transformateur	Chef, restaurateur, aubergiste et propriétaire de gîte touristique	Autre
Abitibi-Témiscamingue	2%	0%	0%	0%
Baie-James et Eeyou Istchee	0%	1%	0%	0%
Bas-Saint-Laurent	8%	16%	14%	12%
Cantons-de-l'Est	11%	13%	8%	12%
Centre-du-Québec	10%	3%	6%	12%
Charlevoix	3%	9%	8%	8%
Chaudière-Appalaches	10%	6%	6%	0%
Côte-Nord	3%	4%	6%	4%
Gaspésie	2%	6%	6%	4%
Îles-de-la-Madeleine	2%	0%	0%	0%
Lanaudière	7%	6%	6%	8%
Laurentides	6%	5%	4%	4%
Laval	1%	0%	0%	4%
Mauricie	3%	1%	2%	8%
Montérégie	12%	10%	12%	8%
Montréal	2%	5%	4%	4%
Outaouais	8%	3%	0%	4%
Région de Québec	7%	9%	4%	4%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	1%	4%	14%	8%



BILAN DE LA SAISON 2022

SATISFACTION RELATIVE À LA SAISON 2022

Quel est le niveau de satisfaction générale en ce qui a trait à la saison 2022 pour votre entreprise ?

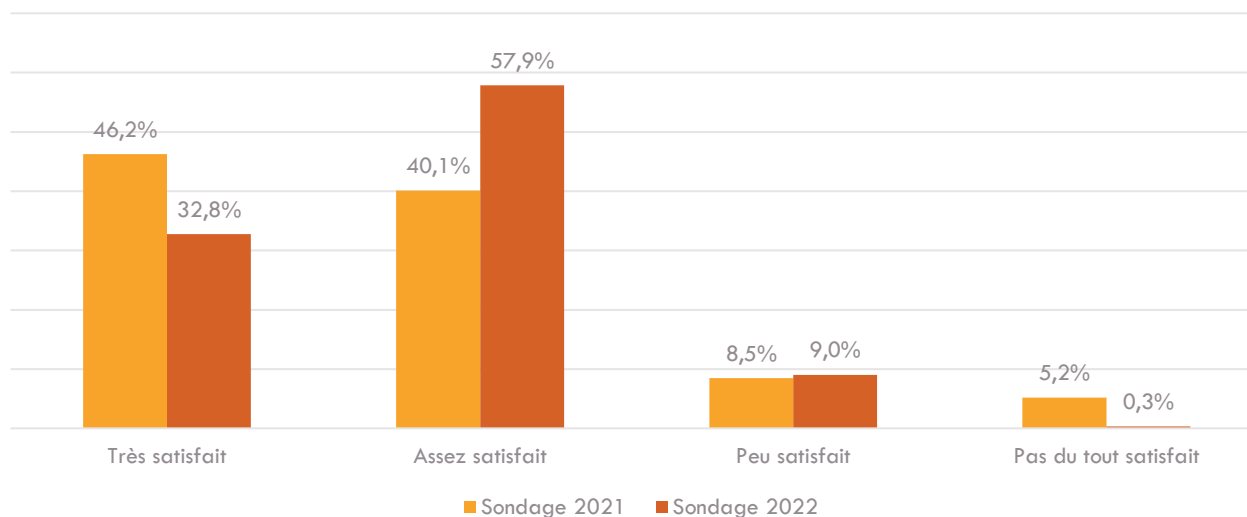


La grande majorité des répondants (90,7 %) sont très ou assez satisfaits de la saison touristique 2022 pour leur entreprise.

Seulement 9,3 % sont peu ou pas satisfaits de leur saison touristique 2022.

SATISFACTION RELATIVE À LA SAISON – COMPARAISON DES SONDAGES 2021 ET 2022

Quel est le niveau de satisfaction générale en ce qui a trait à la saison pour votre entreprise ?



La grande majorité des répondants (90,7 %) sont très ou assez satisfaits de la saison touristique 2022 pour leur entreprise.

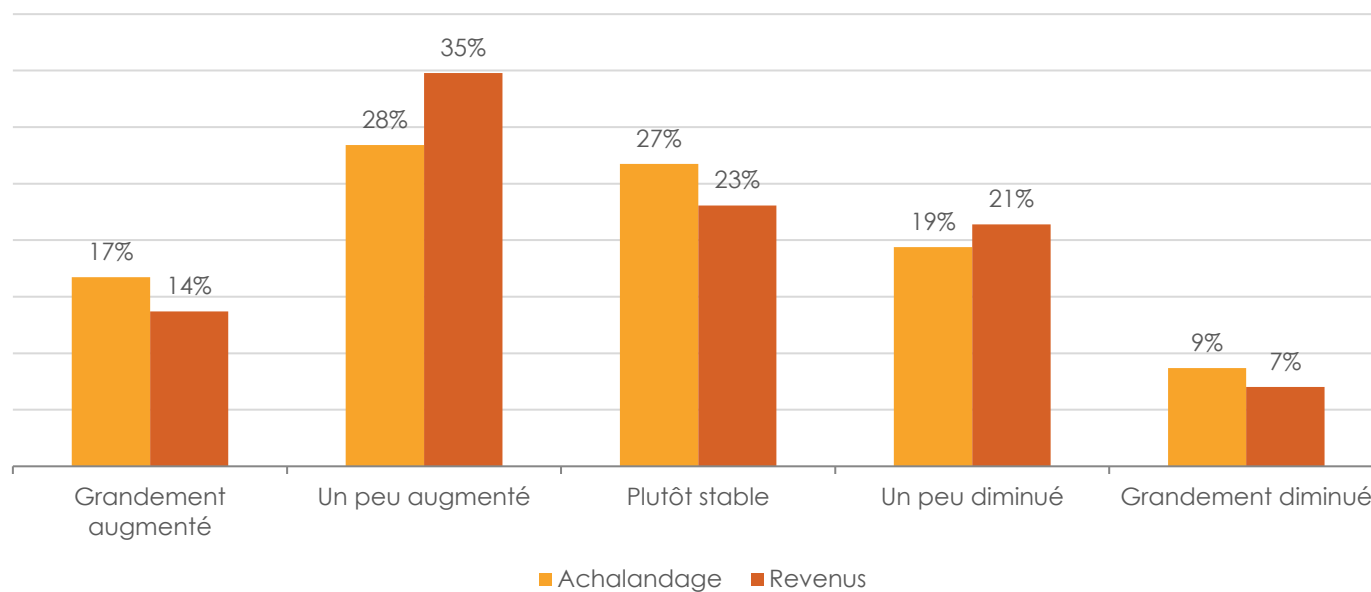
Cette proportion est légèrement supérieure à celle observée lors du sondage concernant la saison touristique 2021 (86,3 %).

On note notamment une diminution des répondants très satisfaits, qui passent de 46,2 % en 2021 à 32,8 % en 2022, mais une augmentation des répondants assez satisfaits, qui passent de 40,1% à 57,9%.

Il n'y a qu'un répondant pas du tout satisfait de la saison touristique 2022, alors qu'il y avait 5,2 % des répondants pour la saison 2021.

ACHALANDAGE ET REVENUS

Évaluation de l'achalandage et des revenus 2022 en comparaison à la saison 2021



45 % des répondants constatent que l'achalandage s'est révélé plus élevé lors de la saison 2022 qu'en 2021.

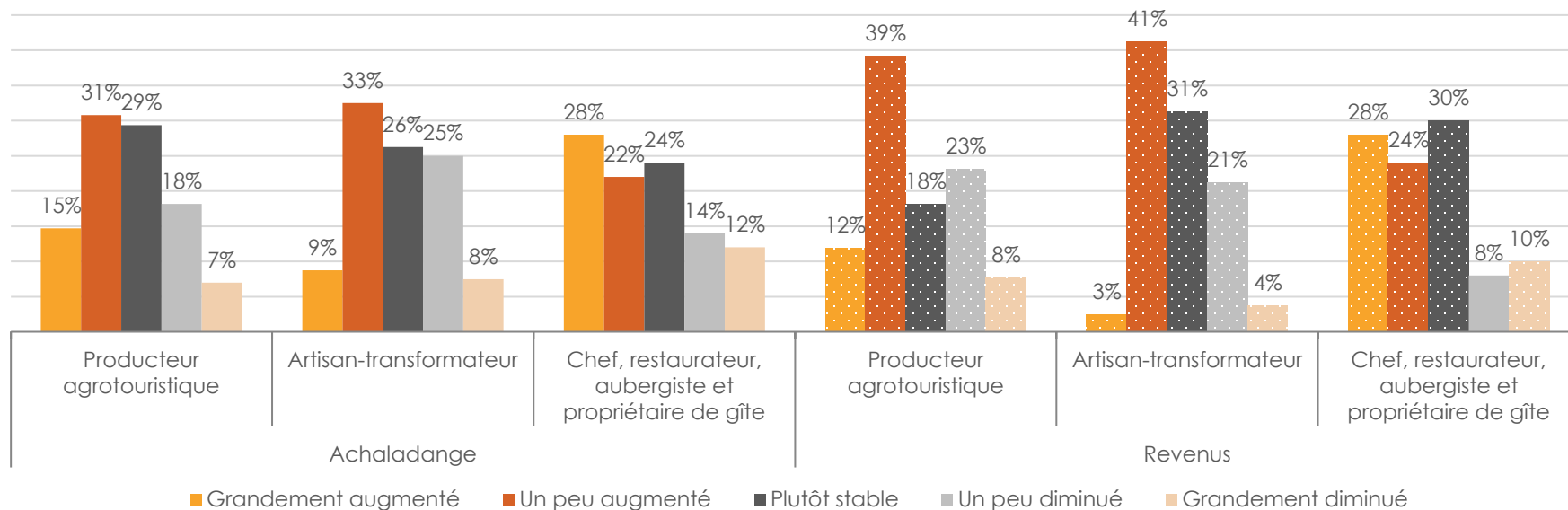
En ce qui concerne les revenus, ils ont été plus élevés en 2022 qu'en 2021 pour près de la moitié des répondants (49 %).

Environ un quart des répondants déclarent avoir eu un achalandage et des revenus stables en 2022 par rapport à 2021, soit 27 % pour l'achalandage et 23 % pour les revenus.

L'achalandage et les revenus ont diminué en 2022 comparativement à la saison précédente pour 28 % des répondants.

ACHALANDAGE ET REVENUS SELON LES TYPES D'ENTREPRISES

Comparaison de l'achalandage et des revenus 2022 par rapport à la saison 2021, selon les types d'entreprises



Quelque soit le type d'entreprise, l'achalandage lors de la saison 2022 a augmenté par rapport à la saison 2021 pour la moitié des répondants ou un peu moins : 50 % des cas pour les chefs, restaurateurs aubergistes et propriétaires de gîte, 46 % pour les producteurs et 42 % pour artisans transformateurs.

Une baisse d'achalandage a été constatée pour un quart des producteurs et des chefs, restaurateurs aubergistes et propriétaires de gîte, ainsi que pour un tiers

des artisans-transformateurs.

L'évolution entre la saison 2021 et la saison 2022 est un peu plus élevée au niveau des revenus que de l'achalandage. Ainsi, les revenus ont augmenté dans 52 % des cas pour les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte, 51 % pour les producteurs et 44 % pour les artisans transformateurs.

ENJEUX DES ENTREPRISES

La difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre est l'enjeu le plus cité et concerne 56 % des répondants.

L'enjeu d'approvisionnement de fournitures matérielles ou alimentaires concerne 40 % des entreprises répondantes.

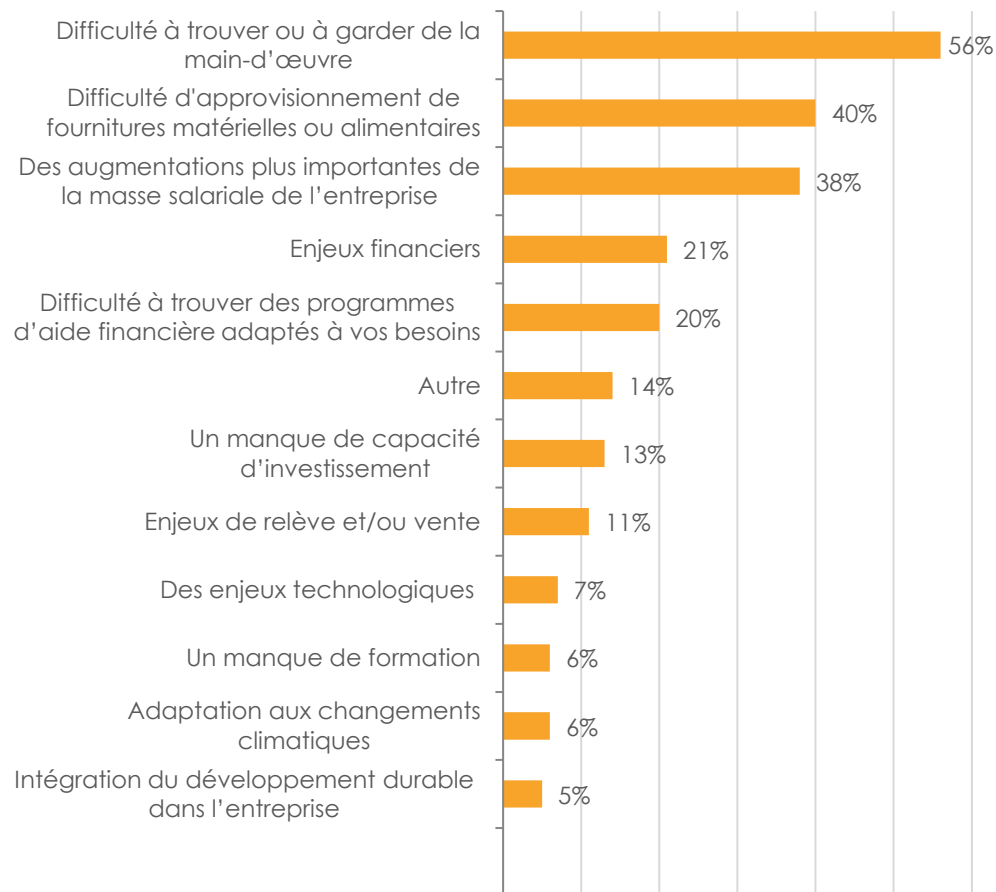
Pour près d'un tiers des répondants, les augmentations plus importantes de la masse salariale de l'entreprises sont considérées comme un enjeu.

Les enjeux financiers et la difficulté à trouver des programmes d'aide financier concernent un répondant sur cinq.

L'adaptation aux changements climatiques et l'intégration du développement durable ne représentent un enjeu que pour respectivement 6 % et 5 % des répondants.

En moyenne, les répondants ont cité 2,4 enjeux

Quels sont les enjeux que vous avez vécus lors de la saison 2022 ?



ENJEUX DES PRODUCTEURS AGROTOURISTIQUES

La difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre est l'enjeu le plus cité et concerne 53 % des producteurs agrotouristiques.

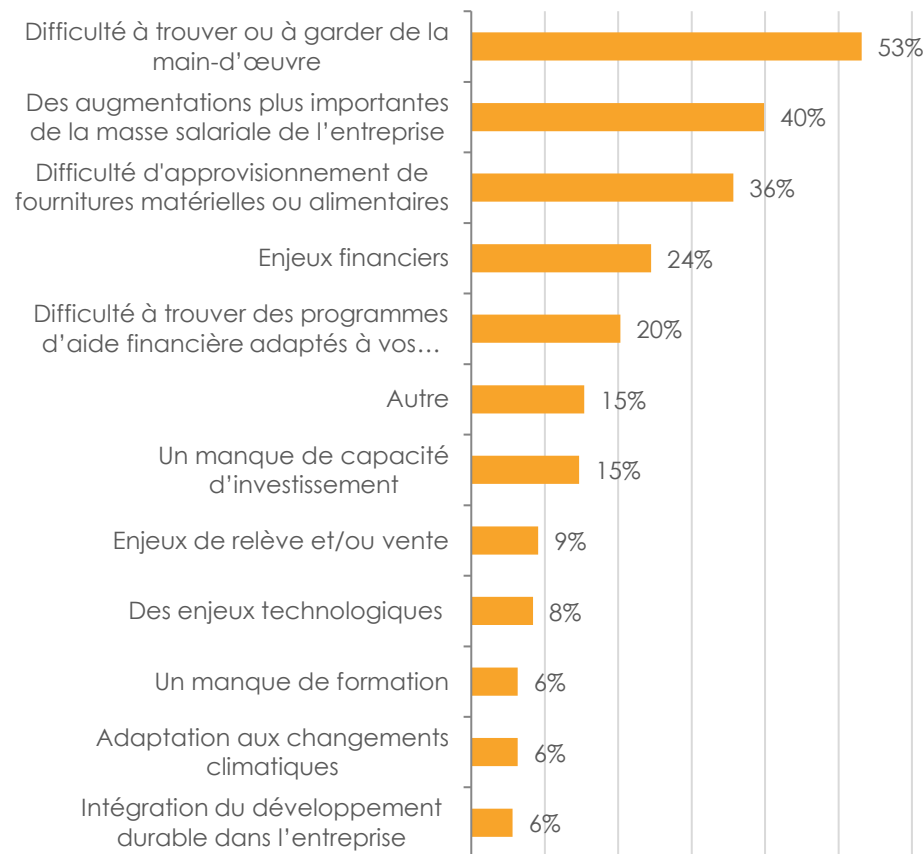
Pour 40 % des répondants parmi les producteurs agrotouristiques, les augmentations plus importantes de la masse salariale de l'entreprise sont considérées comme un enjeu.

L'enjeu d'approvisionnement de fournitures matérielles ou alimentaires concerne 36 % des entreprises répondantes.

L'adaptation aux changements climatiques et l'intégration du développement durable ne représentent un enjeu que pour 6 % des répondants.

En moyenne, les répondants ont cité 2,4 enjeux.

Quels sont les enjeux que vous avez vécus lors de la saison 2022 ?



ENJEUX DES ARTISANS-TRANSFORMATEURS

Pour les artisans transformateurs, les principaux enjeux, qui concernent la moitié des répondants sont l'approvisionnement de fournitures matérielles ou alimentaires et la difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre.

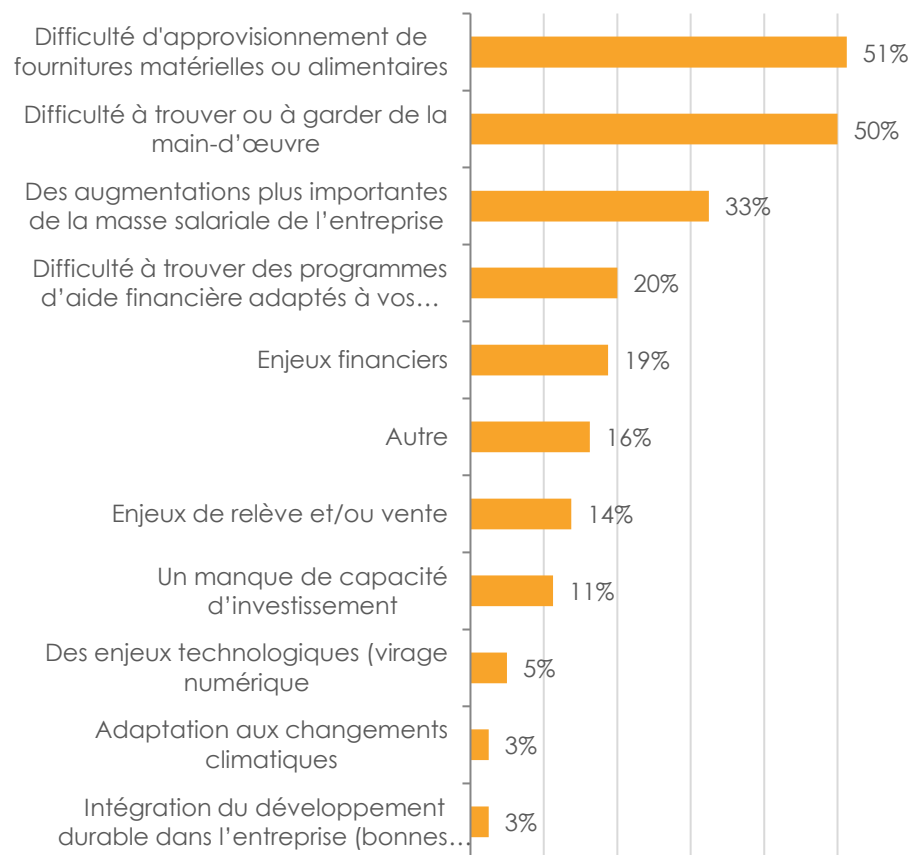
L'enjeu des augmentations plus importantes de la masse salariale de l'entreprises concerne un tiers des artisans-transformateurs.

Les enjeux technologiques, liés au virage numérique, ne sont cités que par 5 % des répondants de cette catégorie d'entreprises.

L'adaptation aux changements climatiques et l'intégration du développement durable ne représentent un enjeu que pour 3 % des répondants.

En moyenne, les répondants ont cité 2,2 enjeux.

Quels sont les enjeux que vous avez vécus lors de la saison 2022 ?



ENJEUX DES CHEFS, RESTAURATEURS, AUBERGISTES

La difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre est de loin l'enjeu le plus cité et concerne près de 3 répondants sur 4.

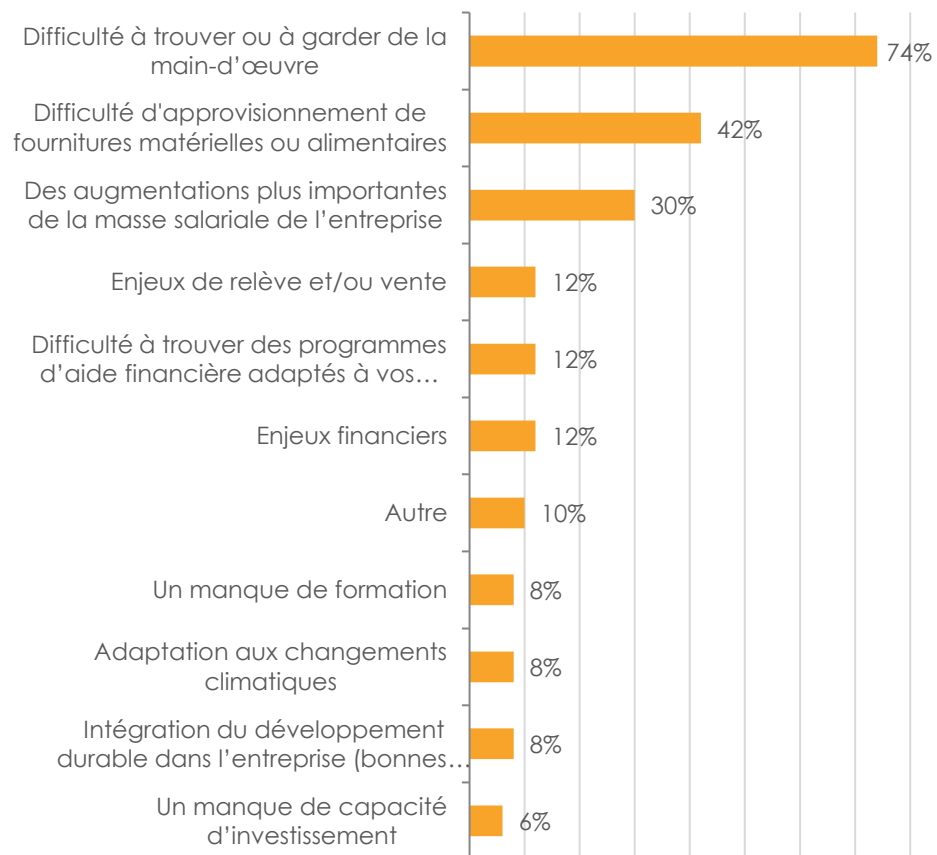
Le second enjeu, soit l'approvisionnement de fournitures matérielles ou alimentaires concerne 42 % des entreprises répondantes dans cette catégorie.

L'enjeu des augmentations plus importantes de la masse salariale de l'entreprises est cité par 30 % des chefs, restaurateurs et aubergistes.

L'adaptation aux changements climatiques et l'intégration du développement durable ne représentent un enjeu que pour 8 % des répondants.

En moyenne, les répondants ont cité 2,2 enjeux.

Quels sont les enjeux que vous avez vécus lors de la saison 2022 ?





CONCLUSIONS

CONCLUSIONS

En synthèse, les éléments clés qui résultent de l'analyse des résultats sont les suivants :

Bilan de la saison touristique 2022

Les entreprises du secteur de l'agrotourisme et du tourisme gourmand sont globalement satisfaites de la saison touristique 2022 :

- La grande majorité des répondants (90,7 %) sont très ou assez satisfaits de la saison touristique 2022 pour leur entreprise.
- Cette proportion est supérieure à celle observée lors des sondages pour les saisons touristiques 2020 (67,6 %) et 2021 (86,3 %).
- On note notamment une forte augmentation des répondants très satisfaits, qui passent de 46,2 % en 2021 à 57,9 % en 2022.
- Seulement 9,3 % des répondants sont peu ou pas satisfaits de leur saison touristique 2022.

Une bonne performance en 2022 qui se reflète aussi sur l'achalandage et les revenus :

- Pour 45 % des répondants l'achalandage s'est révélé plus élevé lors de la saison 2022 qu'en 2021.
- Les revenus ont été plus élevés en 2022 qu'en 2021 pour près de la moitié des répondants (49 %).

- Environ un quart des répondants déclarent avoir eu un achalandage et des revenus stables en 2022 par rapport à 2021, soit 27 % pour l'achalandage et 23 % pour les revenus.
- L'achalandage et les revenus ont diminué en 2022 comparativement à la saison 2021 pour 28 % des répondants.
- Quelque soit le type d'entreprise, l'achalandage lors de la saison 2022 a augmenté par rapport à la saison 2021 pour la moitié des répondants ou un peu moins : 50 % des cas pour les chefs, restaurateur,s aubergistes et propriétaires de gîte, 46 % pour les producteurs et 42 % pour artisans transformateurs.
- L'évolution entre la saison 2021 et la saison 2022 est un peu plus élevée au niveau des revenus que de l'achalandage. Ainsi, les revenus ont augmenté dans 52 % des cas pour les chefs, restaurateurs, aubergistes et propriétaires de gîte, 51 % pour les producteurs et 44 % pour la catégorie es artisans transformateurs.

CONCLUSIONS

Bilan de la saison touristique 2022

Cependant, les entreprises font part d'enjeux dans le cadre de la gestion de leurs activités :

- Deux des trois enjeux majeurs concernent les ressources humaines.
- Ainsi, la difficulté à trouver et garder de la main d'œuvre est l'enjeu le plus cité et concerne 56 % des répondants.
- Les augmentations plus importantes de la masse salariale de l'entreprises sont considérées comme un enjeu pour près d'un tiers des répondants.
- L'enjeu d'approvisionnement de fournitures matérielles ou alimentaires concerne 40 % des entreprises répondantes.
- Les enjeux financiers et la difficulté à trouver des programmes d'aide financier concernent un répondant sur cinq.
- L'adaptation aux changements climatiques et l'intégration du développement durable ne représentent un enjeu que pour respectivement 6 % et 5 % des répondants.



Source photo: [Terroir et Saveurs](#)



LJM CONSEIL

Développement Touristique · Stratégie · Marketing

WWW.LJMCONSEIL.COM